



FORLAG LÆRER AT FORSTÅ FACEBOOK

Dalende oplagstal overbeviste forlaget Audio Media A/S om, at det var tid til at gå nye veje. Klar Digital Tale hjalp dem med at realisere deres digitale potentiale. Via en Facebook-gruppe fik forlaget aktiveret sine læsere online og gjort dem til ambassadører for og co-creators af forlagets magasiner.

Ønsket om bedre forretning

Audio Media udgiver magasiner med et teknologisk fokus, som for eksempel Datatid, Alt om data, Quality Data og Windows Magazine. Forlagets speciale er at holde sine læsere opdateret på de nyeste trends inden for elektronisk hardware via brugerguides, anmeldelser og baggrundsartikler.

I 2014 blev forlaget udfordret af de digitale mediers indmarch og et svingende antal læsere på papir-magasinerne. Audio Media besluttede sig derfor for at tage udfordringen op - og det gjorde de sammen med Klar Digital Tale. De indledte et forløb, der skulle skabe en solid digital udviklingsstrategi for forlaget og større forståelse for de digitale behov hos deres læsere.

Facebook som rette valg

Det var ikke Audio Medias intention at skulle på Facebook, da de startede samarbejdet med Klar Digital Tale. Når Facebook alligevel blev valgt som platform, skyldes det, at det var den bedste digitale løsning i forhold til forlagets ønske om at komme tættere på sine læsere. Det viste sig nemlig, at Facebook blev brugt dagligt af over 40 procent af målgruppen.

I stedet for at oprette en gruppe for hvert analogt magasin blev en fælles side oprettet, nemlig: TechTeamet. Derved nåede forlaget ud til en større gruppe af de mest passionerede teknik-læsere på tværs af alle magasinerne. Det vil sige dem, der var mest oplagte at få i dialog og debat med hinanden og Audio Media. Samtidig blev der med kun én Facebook-gruppe også skabt en løsning, som Audio Media kunne løfte ressourcemæssigt.

Omdrejningspunktet for gruppen er at invitere brugerne indenfor i Audio Medias redaktionelle maskinrum. Det kunne for eksempel være i forhold til tests af nye gadgets, anmeldelser og ikke mindst: co-creation af indhold til magasinerne. Samtidig fik Audio Media en platform, hvor de let kan tage pulsen på, hvilke emner læserne er interesserede i.

Solid afdækning af målgruppe som fundament

Baggrunden for etableringen af Facebook-gruppen var bl.a. en spørgeskemaundersøgelse med 400 deltagende læsere udført af Klar Digital Tale, samt observationer af brugerne på messer. Det betød for eksempel, at AudioMedia blev klar over, at deres læsere elskede gadgets - et emne og behov, der ikke tidligere havde fået stor opmærksomhed af redaktionen.

Det var også gennem undersøgelsen, at Audio Media blev klar over, at en stor gruppe af deres læsere var interesserede i at blive inddraget i beslutningsprocessen og co-creation vedrørende indholdet i magasinerne.

Medarbejdere med hele vejen

Fra start til slut blev medarbejderne hos Audio Media taget med på råd og undervist gennem innovations-workshops ud fra forudsætningen, at de er dem, der kender forretningen bedst.

Klar Digital Tale sørgede løbende for at overdrage de anvendte redskaber til forlaget, deriblandt dataanalyse og viden om sociale medier. I dag arbejder Audio Media selv videre med konceptet.

For mere information, kontakt:

LARS FRELLO
KONSULENT
LSF@TEKNOLOGISK.DK
7220 2911

Teknologisk Institut, Center for Idé & Vækst
T: 72 20 14 55
W: www.teknologisk.dk
E: ideogvaekst@teknologisk.dk
LinkedIn: bit.ly/ideogvaekst

